

PRESSEINFORMATION

Pernod Ricard Deutschland: Promo-Aktionen zum Jahresendgeschäft Viele Top-Marken mit attraktiven Überraschungen

Köln, 03. Dezember 2013. Pernod Ricard Deutschland startet mit attraktiven Promotionaktionen in die kalte Jahreszeit. Mit aufmerksamkeitsstarken Displays und Geschenken unterstützt der Premium-Spirituosenanbieter damit das Weihnachtsgeschäft im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und sorgt mit hochwertigen Geschenkpackungen für eine ansprechende Warenpräsentation, die zusätzliche Kaufanreize und Impulskäufe am Point of Sale schaffen. Thomas Drossé, Geschäftsführer Vertrieb bei Pernod Ricard Deutschland: „Mit unseren Aktionen bieten wir Konsumenten einen echten Mehrwert und unterstützen damit gleichzeitig unsere Handelspartner in der umsatzstärksten Zeit. Neue, aber auch bewährte Promotion-Ideen sorgen am POS für eine Absatzsteigerung, die sich positiv auf das komplette Jahresgeschäft auswirkt.“

Karibisches Feeling mit Malibu trotz frostiger Temperaturen

Mit einer neuen, attraktiven On-Pack-Promotion bringt Malibu Sonne in die triste Winterzeit. Den karibischen Kokoslikör gibt es ab sofort mit einem gratis thermochromen Glas. Der Clou: Die Farbe des Glases verändert sich bei kalten oder warmen Getränken. Ein Rezept-Inlay mit den beliebtesten Malibu Sommer- und Winter-Drinks rundet die Promotion ab. Ein original Malibu Silikonarmband – ein Hingucker für das Handgelenk und praktischer Hitzeschutz für heiße Gläser – kann zusätzlich kostenlos über die Malibu-Website bestellt werden.

Ein ganz besonderes Geschenk und einmaliges Kunstwerk – ABSOLUT ORIGINALITY

Bereits seit Oktober gibt es die neue Limited Edition ABSOLUT ORIGINALITY von Pernod Ricard – ein tolles Sammlerstück für alle ABSOLUT VODKA Fans, denn jede der insgesamt vier Millionen Flaschen ist ein Einzelstück. Das verbindende Element ist ein kobaltblauer Farbtropfen in original ABSOLUT Blau, der bei der Produktion in das Glas eingeschmolzen wird und das Design jeder Flasche einzigartig macht. Die limitierte Edition ist eine Hommage an die zwei ursprünglichsten Eigenschaften der Marke – die ikonische Flasche und das original Blau. In limitierter Auflage bereichert Pernod Ricard Deutschland dadurch das Portfolio und sorgt für Umsatzsteigerungen im Handel.

Für die Liebsten nur das Beste – Premium-Whisky aus dem Hause Pernod Ricard

Whisky ist ein echter Klassiker, der gerade zu Weihnachten gerne an Genießer von Premium-Spirituosen verschenkt wird. Für gleich drei der beliebten Whisky-Marken aus dem Hause Pernod Ricard Deutschland hat sich das Kölner Unternehmen neue Promotion-Ideen für die anspruchsvollen Konsumenten einfallen lassen. Chivas Regal präsentiert sich in einer edlen Geschenkverpackung. Die Limited Edition wurde vom britischen Modedesigner Patrik Grant kreiert. Unter dem Motto: „Drei Jahrgänge. Zwei Gläser. Ein Erfolgskonzept.“ präsentieren sich drei der mehrfach prämierten Pioniers unter den Single Malts von ihrer besten Seite. An jeder 0,7 l Aktionsflasche The Glenlivet 12, 15 und 18 befinden sich gleich zwei exklusive Whisky-Gläser als attraktive Gratiszugabe. 24er-Displays verstärken die Aufmerksamkeit für das hochwertige Geschenk-Set am POS. Wer sich für den ausgewogenen Ballantine's Scotch Whisky entscheidet, erhält für den formvollendeten Trinkgenuss zu jeder 0,7-l Flasche einen hochwertigen Tumbler gratis dazu. Neben dem zeitlosen Ballantine`s-Tumbler sorgen auffällige Displays für Impulskäufe am POS und wecken Begehren beim Kunden. „Traditionell investieren wir zum Saisonhöhepunkt in unsere Konsumenten, darauf kann sich auch der Lebensmittelhandel verlassen. Die wechselnden, kreativen Promotion-Ideen erfreuen sich jedes Jahr einer großen Beliebtheit bei den Konsumenten, die hochwertige Produkte schätzen und diese auch gerne verschenken“, erklärt Axel Herpin, Geschäftsführer Marketing bei Pernod Ricard Deutschland, die Jahresendaktivitäten.

Weitere Informationen zu Pernod Ricard Deutschland unter www.pernod-ricard.de

Über Pernod Ricard Deutschland:

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern weltweit mit führender Marktposition in allen Kontinenten. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 19.000 Mitarbeitern in 80 Ländern Spirituosen und Weine. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert. Als deutsche Tochtergesellschaft des internationalen Spirituosen- und Weinkonzerns vermarktet Pernod Ricard Deutschland auf dem hiesigen Markt ein Portfolio von bekannten Premiumspirituosen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine´s, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 185 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2012/13 einen Bruttoumsatz von 594 Millionen Euro und einen Absatz von 27,7 Millionen Litern verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter ausbauen. Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Durch strikte Einhaltung von weitreichenden Selbstbeschränkungsregeln tritt Pernod Ricard Deutschland für einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol ein. Der Internationale Spirituosen Wettbewerb ISW zeichnete Pernod Ricard Deutschland zum „Spirituosen-Importeur des Jahres 2012“ aus.

Ansprechpartner für Journalisten:

Pernod Ricard Deutschland GmbH
Unternehmenskommunikation: Nicole Lichius
Telefon: 0221 - 43 09 09 - 120
Nicole.Lichius@pernod-ricard.com
Habsburgerring 2
50674 Köln

Pernod Ricard Deutschland GmbH
Unternehmenskommunikation: Anke Erdt
Telefon: 0221 - 43 09 09 - 122
Anke.Erdt@pernod-ricard.com
Habsburgerring 2
50674 Köln